

# 自媒体时代下黑龙江省农村 电商实践模式与展望研究

李大为

江南大学法学院, 江苏 无锡

收稿日期: 2024年7月18日; 录用日期: 2024年10月24日; 发布日期: 2024年10月31日

## 摘要

自媒体作为现代社会中不可或缺的部分, 在记录分享社会个体“vlog”的同时, 也在助力电子商务不断发展, 并逐步形成一种新型的商业模式。黑龙江省区位优势独特、资源条件较好, 农村自媒体电商的发展潜力巨大, 随着农村电商实践的不断深入, 形成了直播带货特色农产品、短视频引流促进文旅宣传、政企农多方联合打造电商全产业链等多种新发展模式, 扩宽黑龙江优质农产品的市场, 增加农民收入。但与此同时, 农村电商的发展在配套设施、产业链条、产品质量、品牌效应、法律保障、人才培养等方面存在一定的挑战, 需要政府、企业以及农户个体各自发挥自身优势与主观能动性不断完善, 实现农村电商的高质量发展, 推动乡村振兴战略深化落实。

## 关键词

自媒体, 农村电商, 发展模式, 乡村振兴

## Study on the Practice Mode and Prospect of Rural E-Commerce in Heilongjiang Province in the Age of Self-Media

Dawei Li

School of Law, Jiangnan University, Wuxi Jiangsu

Received: Jul. 18<sup>th</sup>, 2024; accepted: Oct. 24<sup>th</sup>, 2024; published: Oct. 31<sup>st</sup>, 2024

## Abstract

Self-media, as an indispensable part of modern society, is not only recording and sharing the “vlog”

of individual social members, but also driving the continuous development of e-commerce. It is gradually forming a new business model now. Heilongjiang Province has a unique geographical advantage and relatively favorable resource conditions, making its potential for the development of rural self-media e-commerce. With the continuous exploration of rural e-commerce practice, we have seen a variety of new development models, such as the emergence of livestream sales of specialty agricultural products, the use of short videos to promote tourism, and the government, enterprises and farmers work together to build the whole industrial chain of e-commerce. We will expand the market of high-quality agricultural products in Heilongjiang province and increase farmers' income. But at the same time, the development of rural electronic business has certain challenges in supporting facilities, industrial chain, product quality, brand effect, legal guarantee, personnel training. It needs government, enterprises and individual farmers to improve their own advantages and subjective initiative, which can fulfill the high quality development of rural electricity and deepen the implementation of the rural vitalization strategy.

## Keywords

Self-Media, Rural E-Commerce, Development Model, Rural Revitalisation

Copyright © 2024 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

## 1. 引言

互联网技术应用的普及加快了自媒体群体的不断壮大，越来越多的人将自媒体融入了自己的生活工作之中，扮演着信息的发布者、收集者以及传播者，电子商务由是获得良好的发展契机，在自媒体行业市场占据了“一席之地”。随着农村电子商务的兴起，其逐渐成为推动乡村经济发展的新动力。2019年，全国范围内的电商交易额达到 34.81 万亿元，对商业、生产、生活方式等多方面产生了深远的影响。在我国“大众创业、万众创新”的时代背景下，电商对农村中小微企业创新能力的影响越来越受到人们的重视[1]。作为全国农业大省的黑龙江，农产品资源十分丰富，品质上乘，受到国内外广大消费者的青睐，再加上当地东北人幽默诙谐的语言艺术与表达方式，能够在潜移默化中得到粉丝的认可，在发展农村电商方面有着很大的潜力与优势。探讨自媒体时代下黑龙江省农村电商发展模式，为黑龙江省农村电商发展提供理论指导和实践参考，在解决黑龙江省“三农”问题，早日实现共同富裕目标方面有着较大的现实意义。

## 2. 黑龙江省发展农村电商的优势区位要素

农村电子商务通过互联网及数字化技术，向城镇居民提供农产品、手工艺品等涉农服务及劳务，并同时向农村居民提供城镇的商品与服务。发展农村电子商务对于缩小城乡发展、增加农民收入、推动乡村经济发展具有重要意义，且其发展模式符合现代商业市场潮流，逐渐成为很多地区产业融合发展工作进程中的重要组成部分。黑龙江省作为我国重要的商品粮、老工业基地，在农村电商方面具有一定自身优势，以电商为媒介，推动农产品从“种得好”到“买得好”，增加农产品附加值，增加农户收入，将龙江大地的优质产品与资源的价值最大化。

### 2.1. 农副产品资源优质丰富

黑龙江省位于我国最北部的较高纬度地区，耕地面积广阔且土壤肥沃有机质含量高，再加上每年适

宜积温和降水,为农作物的生长与产量提供了良好的环境。首先,当地黑土地肥沃,水质无污染,活动积温高,光照好,昼夜温差大,耕地可休耕半年,冬季寒冷,病虫害少,农作物有机营养价值高[2]。其次,位于我国东北黑土区的核心区,黑土面积大,品质好,产量高,有代表性的黑土耕地 1.56 亿亩,占我国东北黑土区的 56.1%,其中松嫩平原中段为全球三大黑土区之一,耕地中的黑土、黑钙土、草甸土等为 67.5%,是全球三大黑土区之一,便于农作物高效集约化经营,产量持续保持可观态势。最后,优越的水土资源与气候地形孕育了黑龙江省动植物资源的多样性,农副产品,山间野货的种类丰富,商品来源呈现“百花齐放”。2021 年,全省粮食生产总量为 7867.7 万吨,连年居全国首位;蔬菜和食用菌生产 725.4 万吨,增长 7.6%;年,全省完成农林牧渔业总产值 6460 亿元,同比增长 7.1%,其中种植业增长 5.8%,林业增长 9.6%,畜牧业增长 9.5%,渔业增长 6.8%。今年,全省绿色食品播种面积为 8816.8 公顷,同比增长 3.6%;3047 项绿色食品认证,同比增长 3.8% [3]。2023 年,全省粮食生产实现“二十连丰”,连续 6 年稳定在 1500 亿斤以上。

产品作为市场交易中的主要内容,其质量的好坏几乎决定了其能否被消费者选择购买,占据市场的有利地位。高质量的农产品,具有较强的吸引力,有利于提高农村电商在市场上的竞争能力。利用电子商务平台进行高品质的农副产品的销售,能突破地域的局限,把产品推向更大的市场。与此同时,高性价比与附加值的农产品也是打造品牌的基石。通过创建具有地方特色的农副产品品牌,可以提升产品在市场上的知名度、美誉度,增加消费者的信赖与忠诚。

## 2.2. 电商信息系统持续优化

2019 年,《中共中央国务院关于坚持农业农村优先发展做好“三农”工作的若干意见》明确提出要实施“数字乡村”,并提出要大力推进“互联网+农业”,这对目前推动农村电子商务的发展具有重要意义。“互联网+”,5G,大数据,物联网,人工智能等新技术的出现,将促使我国农村电商从粗放式发展到精细经营。在中央政策支持的背景下,黑龙江省积极制定贯彻“数字龙江”战略,不仅将数字信息技术运用到绿色农业生产,还将其打造成农副产品营销流通的重要载体,一方面,在数字基础设施领域,5G 基站、数据中心等方面已经取得了明显进展,为发展农村电商提供可靠的技术支撑,针对省内相对贫困的农村,持续完善当地网络设施建设与信号覆盖,推动数字下乡、网络扶贫向纵深发展,另一方面,积极打造电商农村综合示范点,支持各地以县域为子中心发展电子商务,且创新县区、乡镇、村屯三级物流网络配送体系,2020 年第一季度,全省共完成了 73.4 亿元的网上销售,其中,农村地区的电子商务交易额为 26.6 亿元,较上年同期增长 84.5%,增幅居全国第 4 位。本地区构建的高效率物流配送系统,推动农村“快递到村”的建设,更促进商品在城市与乡村之间的双向流通。截至 2022 年 6 月底,全国邮政速递业务已完成 8993 个建制村,实现了“村村通”邮政业务,较 2021 年底多了 297 个,实现了 100% 的“乡村快递”通达率[3]。

在实体经济创新发展路径,加快产业融合的大背景下,省内各地农村充分发挥本地区特色农产品优势,以政府的积极引导与电商企业展开合作,支持通过电商平台进行地理标志产品的推广与营销,加速“一村一品”建设,推动农产品“走出去”。以供销社为基础,以益农信息中心、农村邮局、农村商店为辅助,建立农村电子商务服务站[4]。引入国内大型快递物流企业,加强农村地区快递服务点位数量建设,延长农村电商在生产、营销、储运、冷藏等多环节的产业链条,全方位促进农村电商发展。

## 2.3. 直播助农效果厚积薄发

直播助农是指利用直播技术,通过农村电商平台或其他互联网平台,通过作品发布与直播分容吸引消费者,帮助农民销售农产品的新型电商模式。直播助农的兴起源于农民销售农产品遇到的一系列难以

解决的阻碍，如介入主体多、流通成本高、储运难度大等等，导致农产品的附加值低，农民收益与投入不成正比[5]。自媒体时代下人人都可能成为分享故事，传播信息的“网红主播”，伴随着抖音、快手、B站等一系列app的普及，电商行业迎来了新的发展契机。网络流量，粉丝基数很大程度直接左右了直播带货的效果与收益。由此，如何凭借顺应时代的短视频作品与直播内容吸引消费者，成为了电商行业，自媒体个人亟待解决的难题。黑龙江省作为我国东北地区的重要组成部分，拥有着东北人长期以来的豪爽直率与热情善良，再加上那一口自带喜感的“东北嗑”，总能不知不觉让人感受到幽默。越来越多的龙江主播、“乡村新农人”将东北农村诙谐的喜剧元素融入到日常的作品创作中，广大网友喜闻乐见，满足了快节奏，大压力的社会现实下人们对喜剧风短视频的需求，点赞粉丝量呈现显著增长，为后续农村电商的发展打开了广阔的市场。

为了更大限度发挥电商直播效果的作用，黑龙江省政府制定了“直播电商发展三年行动”计划，对新经济、新业态、新模式进行创新探索，包括直播电商、社交电商等，完善直播电商营销和运营人才的培训模式，建立共享的直播电商平台，多层次对供应链进行整合，将“龙江造”和“龙江产”推向全国全世界。

### 3. 黑龙江省农村电商的特色实践模式

形成独有农村电商发展优势是在激荡的网络商业市场中站稳脚跟的必然要求。地大物博的黑龙江省各地气候水文各异，地形单元种类多样，农副产品以及文旅资源丰富，区域间发展侧重不同，逐渐形成了绿色产品、林下经济、民族风情、休闲农业等多种发展类型，坚持致力于创新优化“农村电商+”多种优势资源的模式新业态。

#### 3.1. “农村电商 + 有机农产品”绿色营销模式

一直以来，温寒带山林农产品以营养价值高、保健效果好、珍稀产量少等特点被广大消费者所认可，无论是大兴安岭地区的天然野生食用菌，还是依傍小兴安岭的伊春蓝莓等等，都是黑龙江极具地方特色的优质农业资源，未经加工的有机农产品最大程度上保留了其自身价值。各地区以主体经营为主，政府指导为辅，电商平台为媒介，建设互联网电商店铺与电商服务政务中心，提高有机农产品的销售量，一是县域级政府积极打造当地优势农产品招牌与电子商务平台，增强与外界地区的市场联系，推动优质产品“走出去”。例如富裕县筹建的“富e生活”O2O贸易平台，带动当地的酒类、奶制品、蛋类、玛瑙、动漫、柳编等土特产的销售，同时还和安徽易商联手成立了电商运营服务中心，与数十家企业开展了相关合作；二是电商企业与农业生产合作社相辅相成，采用“B2C+O2O+F2C”的形式，电商企业获取评估商品线上价格信息，合作社主抓产品生产，给消费者带来更具竞争性的价格，与此同时，生产商可以更加直观地理解顾客的需要，并对市场的变化做出迅速的反应。例如：林甸县双阳河水果种植专业合作社，以“O2O+F2C+代理”的方式，创建了“林甸润琦电商联盟”，为消费者提供了一种一站式的商品交易方式[6]。三是“新农人”踊跃投入农村电商行业，以发布抖音、快手、微信公众号等形式推广自家农产品。例如：各新农人抖音博主，在创作作品，凝聚粉丝的同时，也拥有了更丰富的市场资源。

农村电商对接农产品销售模式涉及的中间环节较少，入行门槛较低，各项投入数额相对较低，比较适合经济发展程度较低的黑龙省，现阶段取得了一定的效益，各地正不断整合自身优势，在该模式中深入探索，优化创新。

#### 3.2. “电商宣传 + 招商引资”全产业链模式

单一的“电商 + 营销”的发展模式虽能够加快产品的售出，带来物质经济上的效益，但无法保持产



业间的深度融合，电商产业难以持续高水平，大规模持续发展。通过电子商务与实体经济的深度融合，促进农村电商的快速发展。这一模式涉及多个方面，基础设施建设、物流配送体系、电商公共服务体系、直播电商发展等共同发力，吸进农副产品精深加工、产品安全质量检测、电商直播销售平台入驻，逐步形成“线上 + 线下”、“高价值 + 好品牌”的发展方略，为了如此发展，黑龙江省结合各地实际，加快资源集中整合，一方面大力引进农产品精深加工企业，从质量价值、包装设计、专业品牌三个方面延长产品产业链，增加附加值，例如穆稜，海林等地，近几年发展重心向精深加工方向倾斜，当地野生木耳，优质水稻在品质提高的同时迎来可观的销量。另一方面重点扶持县市弥补农村电商供应链的薄弱环节，促进资源和要素向乡村市场倾斜，大力发展智慧物流。其中包括县(镇)、乡(镇)、村(镇)的快递物流站点的建设与改建，并购置物流、快递配送运输手段，形成一定规模的电商物流配送集散地。全产业链的发展模式将农户、合作社、企业、政府几大主体串联起来，助力乡村电商高质量发展。

### 3.3. “弘扬文化 + 乡村旅游” 文旅融合模式

文旅融合农村电商发展模式是以市场为导向，文化与旅游的深度融合，促进乡村振兴。这一模式结合了电子商务和乡村旅游的优势，通过电商平台与媒体直播让网友感受大美龙江的绝色风光与北国文脉，推销农产品和文化产品，同时吸引游客体验当地的文化和自然景观。休闲农业个体与旅游公司在自媒体平台分享所在地引人入胜的人文自然，采取线上宣传，线下游览的方式，提高当地的知名度，并根据游客需求，积极开发田园农业、民俗风情、红色研学、度假康养等多种类型的乡村旅游方式，泰来县几年来扩大宣传方式与途径，线上讲解泰来文化，线下举办“春插稻秧，夏观稻田画，秋收喜米，冬赏稻雕，福稻泰来”四季文化旅游，全面展现泰来农业、水稻文化，让更多人关注泰来，关注泰来高质量稻米。富拉尔基区库勒村依托小院经济，不断优化“红岸云农”电商平台，线上农产品销售与线下休闲农业体验紧密结合，实现联动发展。此外，其他地区例如建三江的“北大仓”现代田园游、五大连池的火山泉中医康养游、小兴安岭民族风情游等也都充分体现电商与当地文旅结合的共同发展，在数字经济背景下，农产品电子商务的推广和推广，对黑龙江省农业经济发展方式进行了积极的变革，提升了乡村产业的竞争能力[7]。

## 4. 黑龙江省农村电商发展过程中的阻碍

尽管当前黑龙江省农村电商发展现状呈现逐年较好态势，但与发达地区省份相比，在自身软硬件实力提升，农村电商市场占有率等方面还存在不小的差距，需在未来发展过程中不断冲破“藩篱”，实现转型升级。

### 4.1. 相关配套设施较为薄弱

配套设施是相关产业发展的重中之重，其完善与否直接影响着未来成效。黑龙江省农村电商配套设施存在以下短板：一，互联网覆盖与质量不高，部分偏远地区无法保证网络的持续畅通，严重影响电商直播效果尽管各省、市、县、乡镇已基本实现联通，但到村到户的信息传递仍有“梗阻”，尤其是在移动互联网时代，5G 在乡村的覆盖依然任重道远[8]。二，物流配送系统不成熟，高速公路，货运铁路密度有待提高，全省相对地广人稀物流配送从业人员数量少，农产品的运输和配送效率低下，物流成本提高。三，县域电商集散综合服务中心职能单一，无法为大规模电商活动提供有力的线上线下保障，电商运行发展受限。

### 4.2. 运行监管标准相对模糊

电子商务以其门槛低、接受快、投入少、利润高等特点而被越来越多的人选择从事，但对其相应的

标准制定以及市场监管却成为一大难题，尤其是在农村，想要对线上直播、作品内容以及所售产品进行严格把控工作量巨大，相关技术水平要求高。黑龙江省农副产品在原料质量领域具有相对优势，但在标准化精深加工方面受制于技术和设备等多种原因，导致成品附加值的增加量并不显著，质检水平也有待提高，市场竞争力有所削弱，除此之外，政府相关政策与法律法规比较宏观，在具体引导实施方面所提较少，亟待不断完善。农产品质量分类管理上，由于缺乏严格的分类标准，很多小微农村电商平台在经营过程中达不到质量标准，监管机构很难对其进行有效的质量监测，制约黑龙江省电商产品的进一步发展。

### 4.3. 电商人才队伍培育困难

电商人才的培养是线上宣传运行以及线下管理实践的重要一环，尽管在多元主体的共同努力下，其团队日益强大。但是，大部分的农民受制于文化学历与知识储备，对生产经营新理念的认识和接受的速度比较慢，新技术的运用也比较浮于表面。并且，由于区域经济差异、地理位置等原因，农村电商人才的引进非常困难，“跳槽率”也比较高，出现了“培养难、引进难、难留住”的问题。在这一过程中，尤其是缺乏专业的技术和管理人员。农村自媒体直播电商也存在着直播内容单一，作品细节粗糙等问题，与同类型电商主播在竞争过程中略显逊色。

## 5. 黑龙江省农村电商发展路径展望

方便、优质、多样化的消费需要，促进了农村电商的高质量发展；发展战略的调整，以及各种政策的出台，都为农村电商的发展提供了新的机遇，同时，“高质量发展”的战略布局以及“双循环”互相推动的新的经济发展模式，也为发展农村电子商务提供了一条新的途径。

### 5.1. 完善配套设施建设，提高电商服务水平

首先，继续深入实施“乡村网”建设，实现农村地区网络全覆盖率，保证“村村通”。在此基础上，加强农村地区的物流基础设施建设，加大乡镇物流网点的运行力度，在此基础上，降低运营成本，提升农村电商服务水平。其次，统筹规划省内公路，铁路等运输线路，增加道路密度，缩短物流配送时间，健全县、乡三级的物流配送系统，并逐渐将统仓共享化，提高农村的物流效率。为发展提供可靠保证健全县、乡三级的物流配送系统，并逐渐将统仓共享化，提高农村的物流效率，为农村电商发展提供可靠保证。再次，以县域为中心健全农村电子商务服务平台，辐射全域农村电商业务，为农户和消费者提供商品展示、商品交易、支付结算、售后服务等服务，物质基础条件较好的地区，争取利用电商平台向更远地区售出本地产品，扩宽市场销售渠道。最后，加快各软硬设施主体之间的联系与磨合，规划农村电商全链条产业运行，打造各环节服务保障部门，充分发挥相关设施的各自优势，推动农村电商产业升级。

### 5.2. 明晰产品质量要求，深加工提高附加值

行业运行监管与产品质量情况直接影响农村电商产业的市场地位。政府要不断与时俱进推出具体政策措施，制定行业经营准则与产品检测指标，营造良好的农村电商运营环境，与此同时，鼓励电商企业建立完善的质量监督制度，共同制订并实施农产品质量标准，保证产品的可追溯性。在此基础上，将第三方认证机构引进到农产品的质量认证中，以提升农产品品牌知名度[9]。农产品生产、流通和流通的网络协作也要不断提高。政府部门要在乡村三级物流网络的建设中加大力度，积极推进乡村电商服务站点、乡镇运输站点和物流园区的建设，提高农村地区的公路可达性和物流服务水平，让物流向规模化、产业化方向发展。除此之外，向乡镇引入技术水平较高的精深加工企业，依据市场需求对产品进行深加工，

提高附加值，持续创收升级。

### 5.3. 引培电商人才队伍，多措并举推进创新

人才队伍是一个产业乃至国家不断进步创新的智慧结晶。通过高校、职业院校、社会等多方协作，对有关电子商务的专业与课程进行教学与训练，培养具有电子商务知识与技术的人才。同时，政府还应制定相关政策，制定优惠政策，吸引更多拥有丰富电子商务实践经验、专业技术的高端人才[10]。以黑龙江农产品电商产业发展需求为基础，以培养农产品电商经营人才为重点，以产教融合为核心，建立阿里农村电商产业学院，构建“校企政行”三方协作育人机制，在组织层面为农产品电商经营平台赋能。提升电子商务人才的专业素养与创造力。鼓励电子商务人才积极参与各种专业的学习与考核，获得相应的资格与证书，加强自身的竞争能力，提高整个产业的综合实力。充分利用电子商务平台、行业协会、创业孵化器等平台，为电子商务人才的专业成长提供实践机会，提高未来从业人员的创新潜力和实践技能。政府出台引导、资金、税收等一系列措施，培养电子商务人才，激励人才积极投身于电子商务。

## 6. 结论

在乡村振兴战略深入实施、农村电商迅猛发展的背景下，农产品电商这种营销方式为乡村振兴提供了一条新的途径[11]。长远来看，黑龙江省农村电子商务的发展还存在着一定的挑战与机遇。一方面，5G、人工智能等技术的推广与运用，为农村电商带来了更大的创新与发展机会。同时，农村电商也面临着农产品质量安全和农村电商人才匮乏等诸多问题。这就要求我们在政策支持、人才培养和技术创新上下功夫，才能促进我国农村电商的快速发展。

## 参考文献

- [1] 陈陶然, 彭越. 电子商务发展与农村中小企业创新[J]. 西北农林科技大学学报(社会科学版), 2022, 22(1): 98-105.
- [2] 黑龙江省人民政府办公厅关于印发黑龙江省“十四五”黑土地保护规划的通知:黑龙江省人民政府网[EB/OL]. <https://www.pkulaw.com/lar/a49df9af1f0e2ccc0f0a8d56eec95ab4bdfb.html>, 2024-05-24.
- [3] 王兴中, 陈鸿鹏, 蔡宁. 黑龙江省农村电子商务高质量发展模式及创新研究[J]. 商业经济, 2023(2): 1-4, 121.
- [4] 刘文钊, 周静. “数字龙江”战略下黑龙江省农村电子商务发展趋势展望[J]. 全国流通经济, 2021(31): 103-105.
- [5] 陆石燕. 直播助农新模式下农村电子商务发展探索[J]. 产业与科技论坛, 2024, 23(6): 21-24.
- [6] 吕晓东. 黑龙江省农村电子商务发展对策研究[J]. 现代化农业, 2017(3): 67-69.
- [7] 高学明. 黑龙江省现代农业经济发展趋势研究[D]: [硕士学位论文]. 邯郸: 河北工程大学, 2022.
- [8] 王小兵, 蔡萍, 王曼维, 陈莎, 林海鹏. 全国农村电商发展成就、现状特点、问题与对策建议[J]. 农村工作通讯, 2021(24): 57-60.
- [9] 魏群勇. 互联网背景下农村电子商务对农业经济高质量发展的驱动[J]. 棉花学报, 2024, 36(2): 175.
- [10] 陈谷平. 乡村振兴战略背景下乡村人力资源培育及融合研究——以广东省云浮地区为例[J]. 广东经济, 2019(7): 78-83.
- [11] 李祥杰, 柴方艳, 姜威威. 乡村振兴战略下农产品电商人才培养路径探究与实践——以黑龙江农业经济职业学院电子商务专业为例[J]. 黑龙江生态工程职业学院学报, 2022, 35(5): 116-120.